



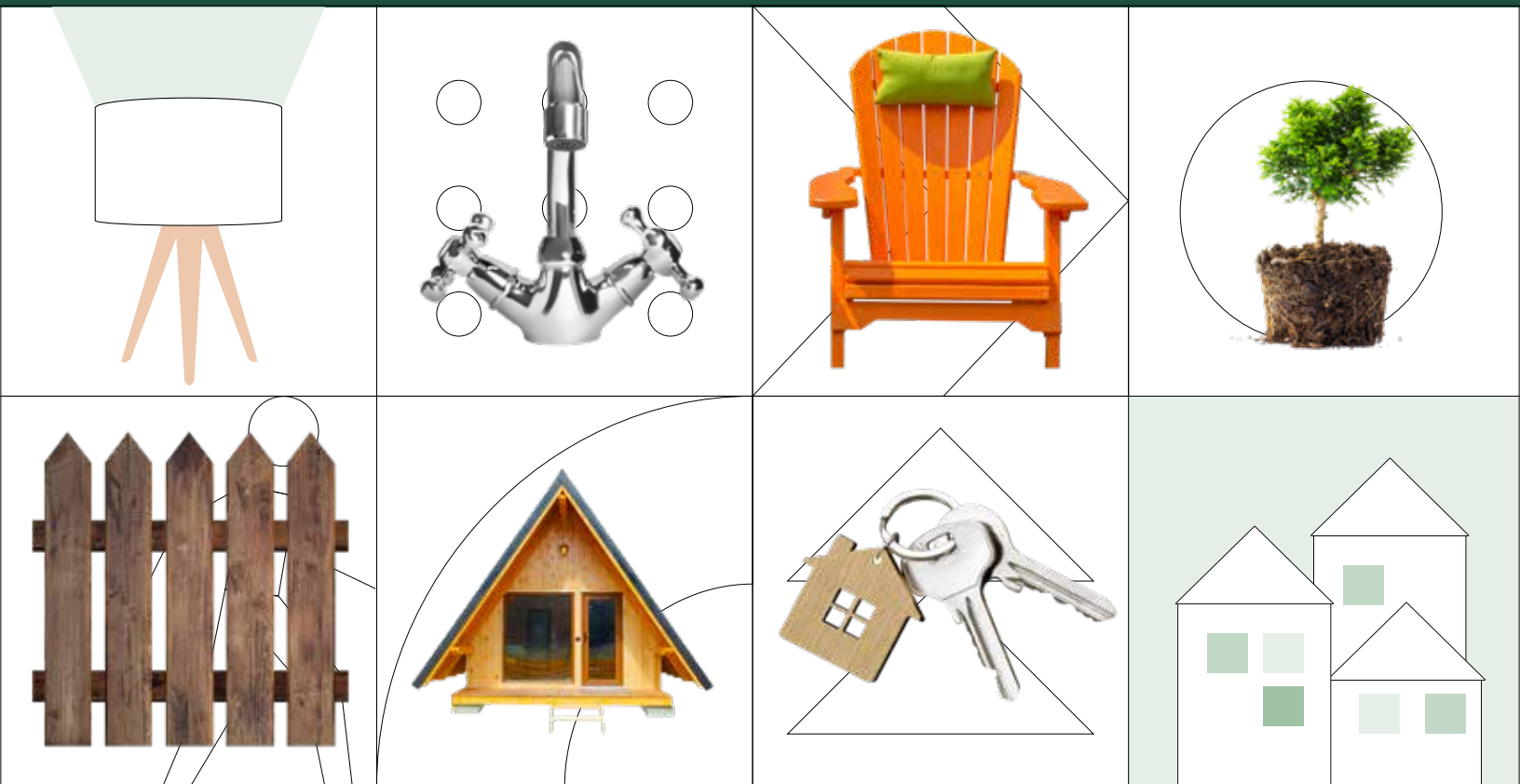
présenté par



CAMPAGNE MÉDIA

DISTRICT HABITAT TERREBONNE

Du 9 janvier au 21 février 2026



- Cible principale : A25-64 ans, propriétaires avec projets de rénovation, construction et décoration.
- Cible secondaire : A25-54 ans et 18+ qui cherchent à acheter une première propriété.
- Marché : Rive-Nord de Montréal (de Laval à Joliette, jusqu'à St-Jérôme)

MÉDIAS TRADITIONNELS

Télévision

15 sec. du 6 au 21 février

VIE:

- **230** occasions x 15 sec
- **55 %** pointe
- Impressions : **671 900**



Radio

Du 6 au 21 février

825 messages de 30 secondes

Stations Cogeco

98,5 FM

- **136** occasions x 30 secondes

CKOI

- **180** occasions x 30 secondes

The Beat

- **240** occasions x 30 secondes

364 PEB

- Portée: **59.5%**

- Fréquence moyenne: **6.1**

99,5 FM

- **189** occasions x 30 secondes

- **61.8** PEB

- Portée: **11.8%**

- Fréquence: **5.2**

CIME

- **80** occasions x 30 secondes

Journal La Revue + Hebdo Rive-Nord

- Publicité avec un rabais de 5\$ dans les éditions papier du 4, 11 et 18 février + bannières dans les infolettres
- **43 473** impressions sur le site de La Revue



Journal de Montréal

- Publireportage + demie-page de publicité dans le cahier habitation du 14 février
- Demi-page de publicité dans l'édition du 7 février
- **105 000** impressions sur le site du JDM



MÉDIAS TRADITIONNELS (suite)

Courrier Laval

- Publicité avec un rabais de 5\$ dans les éditions du 9 et 16 février
- **98 385** impressions sur le site du Courrier



MÉDIAS NUMÉRIQUES

Du 9 janvier au 21 février

Radio numérique géo-ciblée Rive-Nord

- Audio-numérique 30 secondes : **333 000** impressions
- Pre-roll vidéo 15 secondes: **105 263** impressions

Placement de bannières à travers le web

- Nombre d'impressions : **2.05M**
- Clics : **1226**

Référencement (SEO)

- Nombre d'impressions : **20 742**
- Clics : **5 216**

Vidéo numérique

Du 6 au 21 février

Télé-Québec, Tou.Tv, Crave, Noovo et TVA+

- Impressions : **722 336**
- Taux de clics: **0,36%**



RELATIONS PUBLIQUES

- 2 communiqués de presse
- 3 entrevues réalisées sur place
- Au moins 24 mentions et couverture de presse
- Impressions totales: **+2,7M**

MÉDIAS NUMÉRIQUES (suite)

La Presse

- Publicité 1/2 écran dans La Presse +
 - Nombre d'impressions : **230 253**
 - Taux de clics : **0,16 %**
- Le concours du salon :
 - 1/2 écran sur la Presse +**
 - Nombre d'impressions : **375 054**
 - Taux de clics : **1 %**

Double îlot dans la Presse.ca et la Presse mobile

- Nombre d'impressions : **1 952 674**
- Taux de clics : **0,37 %**
- Bannières dans la Presse.ca et la Presse mobile
 - Nombre d'impressions : **2 256 130**
 - Taux de clics : **0,36 %**



OUTILS DE COMMUNICATION DU SALON

Infolettres

8 infolettres envoyées entre le 12 janvier et le 22 février.

- Taux d'ouverture : **44,7 %**
- Taux de clics : **1,4 %**
- Augmentation du nombre d'abonnés de **8,1 %**

2 infolettres envoyées à l'ensemble des membres de l'APCHQ - MM (plus de 6450 membres)

- Taux d'ouverture : **46,1 %**
- Taux de clics : **0,4 %**

Site web

- 33 000** utilisateurs
- 78 439** pages vues
- Durée moyenne sur le site : **50 secondes**

OUTILS DE COMMUNICATION DU SALON (suite)

Réseaux sociaux : Facebook et Instagram

- Vues de vidéos (15 sec) : **100 000 +**
- Total impressions : **2.88M**

MERCI À NOS PARTENAIRES

**Crochetière
Pétrin.**
AVOCATS

Desjardins
Assurances
Entreprises

Terrebonne



GRUPE JF PLUS

**SAUNA
VIKING**



**LA
PRESSE**



GRUPE INNOVERT
INNOVATEUR EN ESPACE VERT

PURcèdres
.com

**INTER CLÔTURES
Sentinelle**

**Action secours
Vie d'espoir**

LA MAISON
DU 21^e SIÈCLE
SAIN ET ÉCOLOGIQUE

élément
de
base
edb

ELIOS

CEDTEK
LE SPÉCIALISTE DU CÉDRE

GLOSSAIRE

Impressions : nombre de fois où une publicité est affichée dans l'écran d'un utilisateur ou entendue à la radio, peu importe que ce soit par les mêmes personnes ou non.

Portée : nombre de personnes uniques avec au moins une impression, donc exposée à la publicité.

Fréquence : nombre moyen de fois qu'un auditeur unique est exposé à un message publicitaire au cours de la campagne.

PEB : « Point d'écoute brut » - un PEB représente 1 % du public ciblé dans un marché donné. En théorie, une campagne publicitaire de 100 PEB permet de rejoindre 100% de la population ciblée. Une campagne de 200 PEB permet de toucher, en théorie, votre cible à deux reprises.

Clics sur lien : nombre de clics enregistrés sur une publicité (vers le site ou URL de redirection liée à la publicité).